

# LETRAMENTO COMUNICACIONAL COMO PRINCÍPIO ÉTICO PARA O APRENDIZADO DA CIDADANIA E CONSTRUÇÃO DA DEMOCRACIA

Eugênio Magno Martins de Oliveira\*

*Sob certas condições, os homens reagem tão poderosamente a ficções, quanto o fazem a realidades, e em muitos casos, eles mesmos ajudam a criar as próprias ficções às quais reagem.*  
**(Walter Lippman<sup>2</sup>)**

## 1 INTRODUÇÃO

Embora estejamos vivendo o apogeu das comunicações e desfrutando dos mais sofisticados meios na condução de mensagens, a maioria delas ainda é e continuará a ser processada da mesma maneira que há milênios. A despeito de todo o aparato tecnológico, a comunicação interpessoal ainda é (e será) a maneira mais convincente e humanizada de se comunicar. É dessa forma que comunicamos os principais fatos, sentimentos e emoções de nossas vidas. Ainda é assim que nos relacionamos: persuadimos e somos persuadidos, conquistamos e somos conquistados.

Para valorizarmos essa importante faculdade humana, é imprescindível o reconhecimento do seu atual estágio de desenvolvimento, pois só assim promoveremos o seu resgate como habilidade necessária ao processo de interação e mediação social (MAGNO, 1998).

---

\* Bacharel em Comunicação Social; Mestre em Artes (cinema); Pós-graduado – *latu sensu* – em Pedagogia Empresarial e em Fé e Política; Doutorando em Educação pela FaE/UFGM; Jornalista e Radialista profissional; Sócio-proprietário da Factual Comunicação e Marketing. Professor da Faculdade de Políticas Públicas “Tancredo Neves” (FaPP/CBH/UEMG).

1 In: PENTEADO, 1993, p. 113.

Depois de um período, no qual se deu grande importância a esse tema, inclusive como disciplina curricular, a comunicação humana foi perdendo espaço para o estudo de outras técnicas e o seu desenvolvimento sofreu uma longa estagnação. Só recentemente, com o *boom* dos estudos neurolinguísticos e da inteligência emocional é que as pessoas têm recuperado o interesse por assuntos ligados a comunicações verbais e técnicas de oratória, como matéria-prima das relações humanas. É de fundamental importância o estudo e a compreensão dos processos envolvidos na comunicação humana, não somente no plano empresarial mercadológico e institucional (uma vez que estes já se encontram em estágios bastante avançados), mas também, fundamentalmente, nos planos intrapessoal, interpessoal e grupal.

204 Tão importante quanto a inteligência emocional é a inteligência social. É ela que proporciona as relações eficazes dos indivíduos nos grupos, promove a sociabilidade e alicerça as bases de sedimentação da cidadania. No mundo individualista e competitivo em que vivemos, é vital a socialização de conhecimentos que permitam oportunidades mais equânimes, minimizando as discrepâncias sociais e intelectuais entre as classes. A compressão cultural ocasionada pela overdose informativa e a força dos formatos da comunicação contemporânea – cada vez mais persuasivas e retóricas – carecem de análises e propostas que re-hierarquizem seus elementos, reposicionando e requalificando a informação. Pois que esta tem se configurado atualmente como produto – fim –, em pelo menos dois sentidos: como elemento catalisador de atenção para a “venda” direta e subliminar de produtos, serviços, ideias e comportamentos, utilizando-se de um modelo comunicacional empático, com apelos lúdicos e emocionais. E numa perspectiva nem tanto mercadológica, mas nem por isso menos valorizada como ativo da sociedade contemporânea.

São necessárias pesquisas investigativas que auditem os modelos informacionais praticados no contexto da mediação de interesses entre organizações públicas e privadas e a sociedade. Essa investigação poderia ter como objetivo uma radiografia do atual modelo de mediação, com vistas à potencialização da inteligência social e a construção da cidadania, por meio da educação (para o acesso às fontes e meios informativos), socialização e democratização dos sistemas de informação.

## **2 O APRENDIZADO E A CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA**

Os últimos trinta anos produziram mais informações do que os últimos trezentos anos anteriores. Segundo *Le Monde Diplomatique*, uma única edição dominical do *The New York Times* possui mais informações do que poderia adquirir, em toda a sua vida, um europeu do século XVII, para citar apenas um único exemplo, de apenas um veículo de comunicação.

205

Soma-se a esses fatos o foco no consumidor e o esforço para a inserção dos antes “marginalizados”, ao mercado de consumo, em razão da saturação da oferta de produtos industrializados.

A nova dinâmica social alicerçada no simbolismo das percepções de valores – especialmente, os artísticos e culturais – ampliou o papel da informação que passou a deter o destacado *status* de maior fator competitivo – individual e organizacional – da sociedade. Em contrapartida, a ênfase no consumidor tem provocado miopia em relação à valorização do indivíduo e do cidadão. Elevaram-se os níveis de exigências intelectuais e educacionais, quebraram-se as redes de proteção social e a sociedade foi entregue, sem nenhuma orientação e apoio, a um modelo frágil, perverso e embrionário de autogestão, gerando um grande *apartheid* social.

Inteligência, informação e comunicação não podem mais se constituir apenas como instrumentos de dominação. A configuração desse novo paradigma evoca a necessidade de analisar, compreender, disciplinar e sistematizar (no sentido metodológico educacional), contribuir e apresentar propostas concretas rumo à busca do conhecimento e da construção da cidadania, por meio da democratização da informação e do letramento comunicacional como matéria de interesse público.

A comunidade pensante do planeta está-se dando conta de que, se não agirmos urgentemente, implodiremos (MAGNO, 1997).

O jornalista e escritor, Gilberto Dimenstein, em seu livro *Aprendiz do Futuro*, apresenta definições de *aprendiz* e de *cidadania*, que nos indica caminhos para a aprendizagem dessas imprescindíveis disciplinas comportamentais, que deveriam ser exigidas como pré-requisito para o viver junto, em sociedade. Sobre *aprendiz*, ele diz o seguinte:

A palavra vem do latim *apprehendere*, que significa pegar com as mãos, dando a ideia de que, para compreender algo é necessário tê-lo nas mãos. Historicamente, a palavra designa o jovem que passava pelo acompanhamento de um mestre para ensinar-lhe um ofício, que ele seguiria por toda a vida. Hoje com os avanços tecnológicos e com a velocidade das informações, o mundo se transforma muito rapidamente e o profissional precisa estar sempre reciclando os seus conhecimentos e os seus métodos de trabalho [...]. (DIMENSTEIN, 1998, p. 2).

E sobre *cidadania* diz que

cidadania é a síntese das conquistas dos direitos obtidos pelos homens, orientados por um princípio básico: todos são iguais perante a lei, independentemente de raça, cor, sexo, religião e nacionalidade [...]. O conceito de cidadania hoje está também ligado à promoção de ações que garantam igualdade de oportunidades,

assegurando a todos, educação, saúde e nutrição. (DIMENSTEIN, 1998, p. 2).

Levando-se em conta o entendimento de que a cidadania precisa ser apreendida e, conseqüentemente, ensinada, e de que os comunicadores são – também – educadores, indago se todos (nós) que militamos nessa área, não teríamos o desafio de cumprir essa nobre missão? Os milhares de comunicadores que anualmente são formados pelas escolas brasileiras devem se colocar somente a serviço do capital, das empresas e das instituições?

Parto do princípio de que a comunicação, a informação são bens de primeiríssima necessidade nesse modelo de sociedade em que vivemos e não deveriam ficar circunscritas somente às instâncias de poder político-econômico e de controle social. É Imperativo que os comunicadores também estejam a serviço da população, de grupos sociais e também de indivíduos, colaborando com o seu processo de emancipação, formação e evolução pessoal e profissional e fornecendo, também, no mínimo, os rudimentos básicos necessários ao exercício de sua cidadania. No mundo informacional, contar com um especialista em comunicação e, mais do que isso, aprender a administrar informações e desenvolver habilidades comunicacionais e de relações humanas e sociais é tão importante como cuidar da saúde consultando um profissional da área médica. A Comunicação, como ciência social aplicada, é muito abrangente e não pode ficar restrita a nomenclaturas do tipo *comunicação organizacional*, *comunicação empresarial*, *comunicação mercadológica* ou *comunicação institucional*, dentre outras. Todavia, mais importante do que a questão semântica é o destino de sua utilização, pois a nomenclatura *comunicação social*, por exemplo, ainda hoje muito utilizada, de *social* mesmo – no sentido aqui defendido – tem muito pouco ou quase nada.

O que se defende e é proposto não tem nada de novidade. Trata-se de encarar o desafio de ensinar e fazer comunicação, baseados em seus velhos e originais pressupostos. Isto é, buscar a socialização e a democratização de suas técnicas, para que o cidadão comum possa melhor utilizá-la como meio para o “ato ou efeito de transmitir e receber mensagens por meio de métodos e/ou processos convencionados” (FERREIRA, 1986, p. 443). Elaborar de forma mais eficaz “o tornar comum”, o “fazer saber” (IDEM), maximizando assim o potencial dos recursos comunicacionais naturais dos indivíduos, conduzindo-os a uma melhor performance nas suas situações de comunicação cotidianas.

Para reiterar esta premissa, tomo como base o “modelo comunicativo semiótico-informacional” (WOLF, 1995, p.109), cujo poder transmissivo próprio centra a sua atenção mais na eficiência do processo comunicativo do que na sua dinâmica (OLIVEIRA, 2006). Assim, é importante reforçar a ideia expressa na máxima de Beardesley Ruml: “homens razoáveis geralmente concordam, desde que saibam do que estão falando” (In: PENTEADO, 1993, p. XI).

### **3 COMUNICAÇÃO HUMANA COMO PRINCÍPIO**

Apesar de vivermos em uma era tipicamente imagética, é importante salientar que a comunicação oral não perdeu o seu posto de maior instrumento de comunicação de todos os tempos. Entre outras argumentações, podemos citar, como exemplo, o sucesso que as técnicas de neurolinguística e oratória vêm fazendo junto a pessoas dos mais variados universos culturais e sociais em todo o mundo (MAGNO, 1997).

Vítimas da burocracia hierarquizada, sequencial e linear do mundo visual, as pessoas estão entendendo que é preciso rever as suas práticas pessoais, profissionais e transcendentais – já um tanto distanciadas dos seus projetos de vida. O mundo presente a

urgente necessidade de uma retomada da sensorialidade através da revitalização do seu universo oral e de resgatar a coisa do falar e escrever seu próprio *script*. A partir dessa consciência, o homem poderá investir no embrião da sua formação como “Ser” e, concomitantemente, na sua base histórica comunicacional: a fala – meio, veículo e conteúdo primeiro, de todo o processo do pensamento. Essa retomada vai nos permitir, além de ligar os pontos de interseção de nossa busca pelo saber, fechando um ciclo de experiências do conhecimento – que começa e termina com a oralidade – contribuir intelectualmente com propostas de incremento da sociabilidade no mundo contemporâneo.

Segundo a Bíblia, no início era o verbo. E, Marshall McLuhan afirma, em seu famoso livro *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem* que,

O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo. Se alguém perguntar, portanto “Qual é o conteúdo da fala?”, necessário se torna dizer: “É um processo de pensamento real, não verbal, em si mesmo”. (MCLUHAN, 1969, p. 22).

209

A palavra falada envolve todos os sentidos intensamente, embora as pessoas altamente letradas tendam a falar de maneira tão concatenada e natural quanto lhes é possível (IDEM, p. 95).

A palavra escrita desafia, em sequência, o que é imediato e implícito na palavra falada (IDEM, p. 97).

As culturas orais agem e reagem ao mesmo tempo. E a cultura fonética fornece aos homens os meios de reprimir sentimentos e emoções quando envolvidos na ação. Agir sem reagir e sem se envolver é uma das “vantagens” (*grifo*)

*nosso*) peculiares ao homem ocidental letrado (MCLUHAN, 1969, p. 105).

Esse enfoque na identificação da dinâmica de construção social do consenso e do dissenso, discutindo a direção do movimento provocado pela comunicação oral, vai nos permitir, entre outras coisas, recuperar a sociabilidade através dos meios de comunicação, reposicionar os valores das relações interpessoais (através da comunicação oral e suas demais agregações naturais) e apresentar novas formas e métodos de preparação de *scripts* de comunicação, inclusive, para sua reprodução, através dos meios. Para fazermos esse movimento de reposicionamento de nossa singularidade emocional através da reabilitação do universo sensorial, cuja base é fundamentalmente humana, podemos partir da voz, da fala, “princípio” de tudo. A história da evolução da comunicação falada é arrebatadora, instigante. Conhece-la nos move em direção à compreensão do seu poder (MAGNO, 1997).

#### **4 UM POUCO DE HISTÓRIA**

O capítulo inicial do Gênesis (BÍBLIA SAGRADA) diz que a primeira manifestação da voz humana na história da humanidade antecede o próprio homem. Na criação do mundo, Deus teria dito: “Faça-se a luz”, e a luz foi feita. Já no Velho Egito, uma antiga crença credita ao deus Tot a criação do mundo. Dando um forte grito, saíram de sua voz quatro deuses que ordenaram o universo.

Na pré-história o homem exprimia-se por sons e/ou gestos. Consideravam alguns que, pela sua constituição anatômica, a função vocal era uma adaptação secundária adquirida por órgãos que teriam sido feitos para a respiração e para a alimentação. A partir da consciência do desenvolvimento de sua inteligência, o homem pré-histórico começou a descobrir que aqueles sons emitidos por ele, até mesmo de forma inconsciente, exprimiam seus sentimentos.



E começaram a emitir sons com movimentos bucolinguais, construindo as suas primeiras sílabas da linguagem onomatopaica, imitando o canto dos pássaros, as vozes dos animais e os ruídos da natureza. Daí em diante, eles começaram então a usar a voz como poder sobrenatural de comunicação com os espíritos. As palavras cabalísticas tinham para eles a faculdade de curar moléstias, vencer inimigos, obter sol e chuva. Enfim, com a utilização da voz, eles acreditavam que podiam alcançar todos os seus desejos. A palavra, como código linguístico, surge da necessidade de comunicação entre seus semelhantes, e o aprimoramento intelectual do homem fez com que o aperfeiçoamento da linguagem fosse uma constante preocupação, desde as mais remotas civilizações. Hipócrates, há 460 anos antes de Cristo, foi quem primeiro estudou o fenômeno da fonação. Aristóteles também se dedicou ao assunto e Galeno, um anatomista grego, estudou o aparelho fonador. Demóstenes, depois de lutar contra defeitos articulatorios, tornou-se o maior orador da sua época; e Cícero, o mais eloquente orador da antiguidade, atraía romanos à Grécia, que iam aprender a falar com ele (PENTEADO, 1993).

211

No teatro, nos rituais, nos discursos, nas declamações poéticas e na vida cotidiana, a voz e a linguagem atingiram seu apogeu e chegaram a níveis de elaboração altamente sofisticados. Depois se artificializaram, perderam a espontaneidade e, conseqüentemente, a verdade, o sentimento. Num processo de desconstrução da linguagem e da expressão, a vanguarda teatral emudeceu seus atores, recorreu ao uso da linguagem onomatopaica e fez renascer novamente a verdade do sentimento. O cinema também colaborou para o renascimento da naturalidade da expressão vocal, mas a televisão, ao macaquear – indistintamente – o cinema e o rádio, banalizou a fala, subordinando-a a reiterações (e redundâncias), da linguagem visual. O teatro terceiro-mundista também aderiu a essa

onda e o homem urbano, de cultura letrada, se entregou à burocracia do mundo visual.

Apesar das práticas e das aparências, é perceptível um movimento em direção à valorização da fala. As estantes das livrarias estão abarrotadas de livros sobre comunicação oral. As técnicas de neurolinguística e os cursos de oratória estão recuperando seu prestígio e fazendo um tremendo sucesso no mundo inteiro. Talvez seja o prenúncio de uma retomada de consciência de que, passado o excessivo entusiasmo inicial, os importantes aparatos da tecnologia digital poderão conviver e interagir de forma pacífica e sinérgica com a força humanizadora e sensorial do universo oral.

Para tratar dessa questão aqui, neste contexto, recorro mais uma vez a Marshall McLuhan que é uma das referências mais importantes sobre os processos comunicacionais da era moderna. Suas posições continuam gerando polêmicas na hiper-modernidade, e suas formulações teóricas são inspiradoras de várias releituras, tal foi a sua capacidade de pensar o mundo e o homem, a partir das comunicações. Ele nos chama atenção para o fato de que,

Toda tecnologia nova cria um ambiente que é logo considerado corrupto e degradante. [...] o novo transforma seu predecessor em forma de arte. [...] À medida que tecnologias proliferam e criam séries inteiras de ambientes no-vos, os homens começam a considerar as artes como “ambientes” ou “contraambientes” que nos fornecem os meios de perceber o próprio ambiente. (MCLUHAN, 1969, p. 12).

A arte como antiambiente se torna, mais do que nunca, um meio de treinar a percepção e o julgamento [*do novo ambiente* (observação minha)]. A arte ofertada como um bem de consumo e não como um meio de apurar a percepção permanece enganosa e esnobe como sempre. O estudo dos meios, de uma só vez, abre as portas da percepção. (IDEM, p. 12 - 13).

[...] Ezra Pound chamou o artista de “antena da raça”. A arte, como o radar, atua como se fosse um verdadeiro “sistema de alarme”, capacitando-nos a descobrir e enfrentar objetivos sociais e psíquicos, com grande antecedência [...]. (IDEM, p. 14 - 15).

A finalidade da arte, enquanto autoalimentação, tipo radar, que nos fornece uma imagem corporativa, dinâmica e mutável, não é tanto de preparar-nos para as transformações quanto a de permitir-nos manter um roteiro estável em direção a metas permanentes, mesmo em meio a inovações as mais perturbadoras. Pois já percebemos a futilidade que é mudar nossos objetivos quando mudamos nossas tecnologias. (MCLUHAN, 1969, p. 15).

Aproveito essa precisa observação do poeta Ezra Pound e reproduzo aqui uma releitura artística sobre o que McLuhan fala sobre a evolução dos meios, desde a cultura tribal, com a comunicação oral, até as tecnologias dos nossos tempos, com a sociedade fragmentária e especializada, passando naturalmente, pelo surgimento do alfabeto fonético, etc. (MAGNO, 1997). Essa releitura, à qual me refiro, tem a marca do poeta, músico, cantor e compositor, Arnaldo Antunes, a quem o crítico, ensaísta e também poeta, Haroldo de Campos não poupa elogios, qualificando-o como o maior poeta concreto da nova geração. Em seu CD, intitulado *O Silêncio*, Antunes faz uma belíssima interpretação poética dos processos da comunicação e, precisamente, na primeira faixa, em parceria com Carlinhos Brown, poupa trabalho aos que tiveram preguiça de ler McLuhan, com a música *O Silêncio*, na qual apresenta a sua visão “concreta” do processo de evolução das tecnologias. A música (ou a poesia?, como queiram...), diz o seguinte:

antes de existir computador existia tevê / antes de existir tevê existia luz elétrica / antes de existir luz elétrica existia bicicleta / antes de existir bicicleta existia enciclopédia / antes de existir enciclopédia

existia alfabeto / antes de existir alfabeto existia a voz / antes de existir a voz existia o silêncio / o silêncio / foi a primeira coisa que existiu / um silêncio que ninguém ouviu / astro pelo céu em movimento / e o som do gelo derretendo / o barulho do cabelo em crescimento / e a música do vento / e a matéria em decomposição / a barriga digerindo o pão / explosão de semente sob o chão / diamante nascendo do carvão / homem pedra planta bicho flor / luz elétrica teve computador / bateadeira liquidificador / vamos ouvir esse silêncio meu amor / amplificado no amplificador / do estetoscópio do doutor / no lado esquerdo do peito esse tambor (ANTUNES; BROWN, 1996, p. 1).

Sugiro que ouçamos a música e o CD, mas também leiamos os livros. Pois, apesar de muito falado, McLuhan é pouco lido – e ele é obrigatório –, especialmente para os profissionais da comunicação.

## **5 CIDADANIA, DEMOCRACIA E ÉTICA COMO IDEAIS**

A título de conclusão (apenas redacional), e ainda que provisória, dessa reflexão sobre a importância da comunicação no mundo contemporâneo, destaco um tema candente: o da democracia como ideal normativo, que tem recebido atenção especial de vários estudiosos.

Pensar a democracia traz à superfície um outro valor de importância vital para sua consolidação – a ética –, que sobre o primado da comunicação e do aprendizado da cidadania poderá contribuir para o bem viver em sociedade.

O filósofo e professor da Universidade Federal do Ceará, Manfredo Araújo de Oliveira, acessor do Centro Nacional de Fé e Política Dom Helder Câmara – CEFEP-DF, citando o pensador alemão Jürgen Habermas, diz que *a linguagem é o grande ponto de partida para se entender este ideal, uma vez que tudo se inicia com o discurso*

*argumentativo a partir da ética e do direito.* O professor afirma que “essas áreas – embora possuam dimensões distintas, cada uma com sua lógica própria – são complementares” (OLIVEIRA, 2008), e faz uma significativa exposição sobre a sua tese que aqui tento reproduzir de forma dialógica.

Segundo Manfredo, os direitos humanos, por exemplo, são outorgados “para que as discussões sejam possíveis, tendo a dimensão material humana como base, levando-se em conta que o ser humano questiona, ou deveria questionar, tudo, sem limites, pois é livre para se descolar do fático e/ou até dele mesmo.” (OLIVEIRA, 2008). Kant dizia que a grandeza do homem está em agir a partir de sua autodeterminação e não do poder de conquistar o mundo. Mas, a liberdade humana está presa a questões institucionais e às esferas políticas, econômicas, sociais, culturais, etc., que naturalmente envolvem uma dimensão ética.

Diferentemente do que, na maioria das vezes, pensamos, a ética não é um código de deveres pesado. Trata-se de uma decisão pessoal e caracteriza um ser que não apenas vive, mas que se pergunta pelo sentido de tudo e, portanto, pelo sentido de sua vida, pela razão de suas ações. “A ética nasceu na *pólis* grega como a pergunta pelos critérios que pudessem tornar possível o enfrentamento da vida com dignidade.” (In: MAGNO, 2009). Isto significa dizer que o ponto de partida da ética é a vida, a realidade humana, que, em nosso caso, é uma realidade de fome e miséria, de exploração e exclusão, de desespero e desencanto frente a um sentido para a vida. “É neste ponto que somos remetidos diretamente à questão da democracia” (IDEM), um projeto que se realiza nas relações da sociabilidade humana. “E a luta do ser humano é pela liberdade, em todos os sentidos, na perspectiva histórica, uma vez que ele não será plenamente humano enquanto for oprimido e não tiver garantido os seus plenos direitos sem nenhum tipo de coerção” (OLIVEIRA,

2008). O mundo político só tem razão de ser se estiver a serviço do interesse público e da efetivação do ser humano livre. Assim é que deve se configurar a democracia.

Tendo em vista este horizonte, uma sociedade só poderá ser ética na medida em que for democrática e, conseqüentemente, igualitária. Portanto, a construção de uma sociedade igualitária é o nosso grande projeto como seres humanos que almejam a liberdade. Como dizia Betinho: *“uma sociedade é igualitária quando respeita as diferenças, e não fere a igualdade”*<sup>1</sup>.

Não esqueçamos, porém, que a democracia tem no conflito a sua essência e que toda solução encontrada é relativa, temporal, histórica. Trata-se de um projeto de construção que só será possível se efetivar através de uma sociabilidade solidária que acontece através da linguagem, das trocas simbólicas. E o ser humano, como ser simbólico, manifesta, de forma privilegiada, a sociabilidade como dimensão essencial do seu existir. Podemos até falar de uma corrente pré-linguística do mundo das vivências humanas, mas até as necessidades mais íntimas e os sentimentos mais profundos do ser humano se diferenciam de acordo com suas articulações linguísticas, e é fenômeno conhecido pelos cientistas sociais que uma linguagem comum exerce uma influência determinante de unificação sobre o mundo dos sentimentos humanos.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na atual conjuntura sociopolítico-econômico-cultural, a questão comunicacional é antropológica. A nossa sociedade é uma sociedade da excitação, do espetáculo, que vive a lógica da mercadoria, em que o “ser” se tornou sinônimo de “aparecer”. Com os sistemas sofisticados de comunicação, o mais profundo de nossas convicções, emoções

---

<sup>1</sup> Citado por OLIVEIRA, 2008.

e sentimentos estão sendo atingidos. As pessoas não pensam mais, estão sendo pensadas e, assim, segundo Oliveira (2008), “as comunicações vão configurando as pessoas”. Comunicação esta que é ainda mais poderosa enquanto implícita, do que quando explícita. Para darmos uma dimensão ética à comunicação é preciso que articulemos balizas fundamentais de humanização da sociedade. Os veículos de comunicação devem promover e difundir a cultura do direito – inclusive do direito de educar o ser humano para a comunicação e para a mídia –, considerando que, por trás de todo projeto educacional, deve existir o pressuposto ético da emancipação humana. É fundamental que se promova uma reeducação dos sentidos. Só com a transformação de nossas matrizes simbólicas poderemos construir o tão sonhado mundo novo.

Entre a dura e crua realidade social e as “ficções” entorpecedoras do atual cenário de nosso país, o ano de 2014 – com todos os eventos que o marcam: 50 anos da ditadura, 30 anos das Diretas, Copa do Mundo e eleições para governadores, deputados: estaduais e federais; senadores e presidente da república – deveria se constituir como um novo marco para o Brasil que queremos e sonhamos.

217

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, Arnaldo; BROWN, Carlinhos. Música. **O Silêncio**. CD: O Silêncio. São Paulo: BMG, 1996.

BÍBLIA SAGRADA. São Paulo: Ave-Maria, 1997.

CAHEN, Roger. **Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre Comunicação Empresarial**: a imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de marketing. São Paulo: Nova Cultural, 1990.

CANCLINI, Nestor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

DALLARI, Dalmo de Abreu. **O que é participação política**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

DIMENSTEIN, Gilberto. **Aprendiz do Futuro: cidadania hoje e amanhã.** São Paulo, Ática, 1998.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa.** 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

MAGNO, Eugênio. Artigos de opinião. **Comunicação humana e cidadania**, 12.02.1998, p. 8. Belo Horizonte: Jornal O Tempo, 1998.

MAGNO, Eugênio. **O poder da palavra falada**, 22.06.1997, p. 8. Belo Horizonte: Jornal O Tempo, 1997.

MAGNO, Eugênio. **Informação e inteligência social**, 19.12.1997, p. 10. Belo Horizonte: Jornal O Tempo, 1997.

MAGNO, Eugênio. **Os artificialismos e a evolução da fala**, 04.08.1997, p. 10. Belo Horizonte: Jornal O Tempo, 1997.

MAGNO, Eugênio. **A mensagem e o meio**, 06.07.1997, p. 8. Belo Horizonte: Jornal O Tempo, 1997.

MAGNO, Eugênio. Ética e comunicação, 22.01.2009, p. 19. Belo Horizonte: Jornal O Tempo, 2009.

MAGNO, Eugênio. **Marketing Cultural: uma poderosa ferramenta a serviço da comunicação empresarial.** Belo Horizonte: Factual Comunicação e Marketing Ltda., 1994. (Apostila de curso livre).

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 5. ed. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1969.

OLIVEIRA, Eugênio Magno Martins de. **Uma possível abordagem do real através da realização do documentário.** Dissertação (Mestrado) - Escola de Belas Artes/ UFMG, Belo Horizonte, 2006.

OLIVEIRA, Manfredo Araújo de. Democracia como ideal normativo. **Seminário da Rede de Assessores do Centro Nacional de Fé e Política Dom Helder Câmara** – CEFEP-DF. Brasília: 28 a 30 nov. 2008.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura.** São Paulo: Brasiliense, 2000.

PENTEADO, José Roberto Whitaker. **A técnica da comunicação humana.** 12. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.



LETRAMENTO COMUNICACIONAL COMO PRINCÍPIO ÉTICO PARA O APRENDIZADO DA  
CIDADANIA E CONSTRUÇÃO DA DEMOCRACIA

WEBER, Max. **Ciência e Política, duas vocações.** São Paulo:  
Cultrix, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Editorial  
presença, 1995.

Recebido: 10/03/2014

Aprovado: 10/04/2014